



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Singkat Dari Intro Jazz Bistro & Café

3.1.1. Tentang Intro Jazz Bistro & Cafe

Intro Jazz Bistro & Café merupakan *café* berkonsep *jazz café* yang berdiri sejak tahun 2014 dikawasan BSD yang menawarkan gagasan serta ide berbeda. Dengan program *jazz live music* dengan *jazz style* berbeda disetiap minggunya. *Intro Jazz Bisto & Café* merupakan kafe pertama yang didirikan oleh pemilik. Berdirinya *café* tersebut dilatar belakangi dari kesukaan pemilik *café* yaitu Ivan Tanuwijaya dengan musik *jazz*. Serta keinginan dari pemilik kafe untuk menyuguhkan *jazz style* yang jarang ditemui di kafe yang menyuguhkan musik *jazz* pada umumnya. karena musik *jazz* yang disajikan hanya sekedar nuansanya saja. Sehingga para pecinta *jazz* dapat menikmati makanan dan minuman dengan menyaksikan alunan *jazz style* yang dibawakan oleh musisi secara langsung. Selain itu menurut pemilik kafe, industri *food & baverage* sudah mulai sangat berkembang. Terlihat dari kebiasaan para pengunjung kafe pada umumnya yang suka menikmati makanan dan minuman disertai dengan musik didalamnya. Dikarenakan kedua hal tersebut sangat penting bagi mereka.

Pemilihan nama *bistro & café* ialah di restoran tersebut menyediakan berbagai makanan ringan, berat, minuman beralkohol, minuman non alkohol. Awal nya di *Intro Jazz Bistro & Café* hanya menyediakan makanan yang ringan saja seperti *sandwich*, *nachos*, *frenh fries*. Namun dikarenakan melih at dari permintaan pengunjung yang mendatangi *Intro Jazz*

Bistro & Café, akhirnya menyediakan makanan berat juga. Selain ada menu utama yang selalu di sajikan oleh *Intro Jazz Bistro & Café*, selain itu terdapat juga hidangan special dengan tema yang berbeda beda setiap bulannya seperti: *Mexican food, Thailand food, Chinese food, Singapore food*, dan tema makanan eropa lainnya. Hal tersebut bertujuan agar pengunjung dapat menikmati sajian makanan berbeda disetiap bulannya dan tidak merasa bosan untuk menikmati hidangan makanan di *Intro Jazz Bistro & Café*.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Dalam proses perancangan *Intro Jazz Bistro & Café* penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa:

1. Kualitatif

Menurut Sarwono (2006) metode pengumpulan data kualitatif merupakan metode yang berlandaskan dari interaksi simbolik dari suatu gejala yang di tafsirkan mencakup gejala yang sedang diteliti dengan mencari makna semantisnya (hlm. 258).

2. Kuantitatif

Menurut Sawarno (2006) mengutarakan metode kuantitatif merupakan suatu metode pendekatan yang didasari oleh sesuatu yang menekankan pada hal yang sifatnya nyata (hlm. 258).

3.2.1. Wawancara

Sawarno (2006) mengatakan dalam metode kualitatif dalam wawancara terbagi menjadi 3 bagian, meliputi wawancara dengan perbincangan informal, wawancara secara umum yang terarah, dan wawancara yang bersifat terbuka. Dengan

wawancara peneliti mendapatkan jumlah data yang banyak serta dapat pemahaman mengenai makna informasi dari narasumber (hlm. 224).

Dalam perancangan promosi ini penulis mencari data dengan cara wawancara kepada pihak *Intro Jazz Bistro & Café*. Pada tanggal 12 September 2018 penulis mewawancarai Merlin selaku *manager café* untuk mengetahui gambaran mengenai *café* tersebut. Kemudian pada tanggal 15 September penulis melanjutkan sesi wawancara kepada pemilik *café* yaitu bapak Ivan Tanuwijaya untuk mengetahui lebih mendalam tentang *café* tersebut. Wawancara dilakukan di *Intro Jazz Bistro & Café*. Selain itu pada tanggal 28 September penulis juga melakukan wawancara dengan pengunjung dan musisi *jazz* yang tampil di *Intro Jazz Bistro & Café*. Untuk mengetahui sudut pandang mengenai *Intro Jazz Bistro & Café* dari sisi pengunjung dan musisi tersebut yang berlangsung di *Intro Jazz Bistro & Cafe*.

Wawancara bertujuan agar penulis mengetahui latar belakang tersebut serta kondisi terkini dari *café*, lalu menjadi gambaran bagi penulis untuk mengetahui lebih dalam seputar promosi yang sudah dilakukan oleh *Intro Jazz Bistro & Café*. Setelah mendapatkan hasil dari wawancara tersebut, penulis melakukan analisa untuk membuat perancangan promosi *Intro Jazz Bistro Café*.

3.2.1.1. Wawancara Dengan *Manager* dan Pemilik *Cafe*

Pada tanggal 12 September dan 15 September penulis mewawancarai *manager* dan pemilik *café* yang berlangsung di *Intro Jazz Bistro & Café*. Dalam wawancara dengan *manager* serta pemilik *café* tersebut, penulis mendapatkan hasil wawancara bahwa *Intro Jazz Bistro & Café* merupakan *café* yang berkonsep *jazz*

di daerah BSD yang beralamat Jl. Sunburst CBD Lot. 2 No. 18C, Cilenggang, Serpong dengan target segmen ekonomi Segmen B sampai dengan Segmen A. Menurut Ivan selaku pemilik *café*, *Intro Jazz Bistro & Café* menawarkan keunikan serta keunggulan *jazz live music* dengan *jazz style* seperti *Extreme Jazz*, *New Orleans Jazz*, *Ragtime Jazz*, *Hot Jazz*, *Latin*, *Fusion*, *Groove*, *Swing*, *Bebop* dan *jam session*. Dengan menghadirkan *live performance the jazz style* dan *jam session* yang diadakan setiap minggu menjadi keunggulan karena *Intro Jazz Bistro & Café* sehingga pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman yang terdapat di *Intro Jazz Bistro & Café* dengan alunan *live performance the jazz style* yang jarang ditemui di kafe yang berkonsep *jazz* pada umumnya, yang hanya menghadirkan nuansanya saja. Dengan mengusung konsep *jazz* didalamnya, menjadikan pengunjung yang datang dapat meninggalkan kesan terhadap kafe tersebut dikarenakan pengunjung tidak hanya bisa merasakan usasananya saja, namun juga dapat menyaksikan keunikan yang dimiliki oleh musik tersebut. Selain itu pengunjung dapat berdiskusi dengan para musisi serta bermain bersama dengan musisi yang tampil disana.

Yang melatar belakangi berdirinya *Intro Jazz Bistro & Café* salah satunya kesukaan dari Ivan Tanuwijaya selaku pemilik *café* dengan musik *jazz*, selain itu karena melihat persaingan dalam dunia *bistro* dan *café* yang semakin ketat serta potensi yang ada mengenai minat masyarakat di BSD dan sekitarnya terhadap musik *jazz* banyak, mendorong bapak Ivan Tanuwijaya mendirikan *Intro Jazz Bistro & Café*. Selain itu penamaan dari *café* ini juga mencerminkan jika ini merupakan *jazz café*. Pemilihan nama *bistro & café* ialah di restoran tersebut

menyediakan berbagai makanan ringan, berat, minuman beralkohol, minuman non alkohol. Awalnya di *Intro Jazz Bistro & Café* hanya menyediakan makanan yang ringan saja seperti *sandwich, nachos, french fries*. Namun dikarenakan melihat dari permintaan pengunjung yang mendatangi *Intro Jazz Bistro & Café*, akhirnya menyediakan makanan berat juga.

Dalam *Intro Jazz Bistro & Café*, selain terdapat menu utama yang selalu disajikan oleh *Intro Jazz Bistro & Café*, selain itu terdapat juga hidangan special dengan tema yang berbeda-beda setiap bulannya seperti : *Mexican food, Thailand food, Chinese food, Singapore food*, dan tema makanan Eropa lainnya. Hal tersebut bertujuan agar pengunjung dapat menikmati sajian makanan berbeda disetiap bulannya dan tidak merasa bosan untuk menikmati hidangan makanan di *Intro Jazz Bistro & Café*. menurut Merlin selaku *manager* dari *Intro Jazz Bistro & Café*,

Menurut Ivan Tanuwijaya selaku pemilik *café* dalam sesi wawancara yang dilakukan oleh penulis, selama ini *Intro Jazz Bistro & Café* telah melakukan upaya promosi dengan flyer, poster, serta telah menggunakan media sosial dalam promosinya. Kendala dalam promosi yang dilakukan oleh *Intro Jazz Bistro & Café* ialah penyampaian dalam berpromosi memerlukan waktu, karena *Intro Jazz Bistro & Café* berpromosi secara bertahap.

Menurut *manager* dari *Intro Jazz Bistro & Café* dalam sesi wawancara yang penulis lakukan. Dalam sehari meja yang terdapat dari *Intro Jazz Bistro & Café* hanya terisi mencapai 15 hingga 17 meja dari 30 meja yang tersedia. Sehingga pengunjung yang datang ke *Intro Jazz Bistro & Café* hanya mencapai

sekitar 50 pengunjung sehari biasa dan pada akhir pekan pengunjung dari *Intro Jazz Bistro & Café* hanya mencapai sekitar 70 pengunjung dari kapasitas kursi yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café* yaitu mencapai 120 kursi yang tersedia disana. Menurut Merlin selaku *manager* dari *Intro Jazz Bistro & Café*, pemasukan yang didapati oleh *Intro Jazz Bistro & Café* mencapai Rp 5.000.000,- hingga Rp 7.000.000,- perharinya.



Gambar 3. 1 Wawancara dengan *manager Intro Jazz Bistro & Café*



Gambar 3. 2 Wawancara dengan pemilik *Intro Jazz Bistro & Café*

3.2.1.2. Wawancara Dengan Pelayan

Pada tanggal 23 September 2018 penulis mewawancarai pelayan dari *Intro Jazz Bistro & Café*. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui tentang pengunjung yang mendatangi *Intro Jazz Bistro & Café*, menu makanan yang sering dipesan oleh pengunjung. Menurut hasil dari wawancara yang telah penulis lakukan kepada pelayan dari *Intro Jazz Bistro & Café*, *Intro Jazz Bistro & Café* ramai dikunjungi pengunjung pada akhir pekan. Di hari biasa pengunjung dari *Intro Jazz Bistro & Café* tidak seramai seperti di akhir pekan. Menurut pelayan tersebut pengunjung dari *Intro Jazz Bistro & Café* bervariasi mulai dari anak muda hingga orang dewasa. Pada hari biasa pengunjung dari *Intro Jazz Bistro & Café* merupakan karyawan kantor pada siang hari. Disaat malam hari di hari biasa pengunjung dari *Intro Jazz Bistro & Café* merupakan keluarga yang ingin menikmati makan malam bersama keluarga. Pada akhir pekan kafe tersebut mulai ramai saat menjelang sore hari dikarenakan *live jazz performance* dimulai di saat sore hari. Menurut pelayan tersebut menu makanan spaghetti menjadi salah satu menu makanan yang sering dipesan oleh para pengunjung dari *Intro Jazz Bistro & Café*.

3.2.1.3. Wawancara Dengan Musisi

Pada tanggal 28 September penulis mewawancarai musisi yang tampil untuk mengisi acara *jazz* di *Intro Jazz Bistro & Café* yaitu dari Komunitas *Jazz Kemayoran*. Penulis menanyakan beberapa pertanyaan seputar, karakteristik para penikmat *jazz*, kebiasaan orang saat menikmati *jazz*, dan alasan orang menonton musik *jazz*. Penulis mendapatkan hasil wawancara bahwa menurut Beben selaku musisi *jazz* dan pendiri Komunitas *Jazz Kemayoran* serta dosen musik di salah

satu universitas swasta. Karakteristik dari para penikmat *jazz* adalah seseorang yang mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi yang menyukai sesuatu perubahan dan kebebasan. Menurut Beben, *Jazz* merupakan manifestasi dari sebuah kebebasan yang dituangkan secara spontan dalam bentuk improvisasi. Salah satu bentuk improvisasinya yaitu terdapat dalam *jam session* yang merupakan cara berkomunikasi yang diterjemahkan melalui musik dengan spontanitas.

Musik *jazz* pada dasarnya dinikmati dengan cara menyaksikannya langsung, hal tersebut karena musik *jazz* dibawakan dengan spontanitas. Hal tersebut dikarenakan setiap musisi yang tampil selalu memainkan alunan yang berbeda pada saat tampil walaupun dengan lagu yang sama. Dengan menyaksikan musik *jazz* secara langsung dapat mengetahui secara langsung pesan yang disampaikan oleh musisi *jazz* tersebut dan mengetahui keunikan yang ada di *jazz*. Hal tersebut dikarenakan *jazz* merupakan suatu aliran musik yang memiliki rasa tinggi didalamnya. Selain itu menurut Beben dengan mendengarkan musik *jazz* dapat menenangkan seseorang karena alunannya.

Pada saat ini sudah banyak *café* yang menghadirkan musik *jazz*. Namun *café* yang hanya *jazz* secara nuansanya. Sehingga saat ini masyarakat pun belum mengetahui *jazz* yang sebenarnya menurut Wisnu selaku musisi yang tampil di *Intro Jazz Bistro & Café*. Selain itu menurut riset yang dilakukan oleh Beben bersama dengan kopi.com bahwa musik yang cocok untuk menemani saat menyantap makanan maupun minuman ialah adalah musik *jazz*. Hal tersebut dikarenakan musik *jazz* dapat menghangatkan suasana serta menambah rasa

nikmat dalam menyantap hidangannya jika menyaksikan musik *jazz* secara langsung dengan menikmati makanan maupun minuman.



Gambar 3. 3 Wawancara dengan musisi dari Komunitas *Jazz* Kemayoran

3.2.1.4. Wawancara Dengan Pengunjung dan Target Sasaran

Penulis mewawancarai pengunjung pada tanggal 28 September 2018 bertempat di *Intro Jazz Bistro & Café*. Penulis berkesempatan mewawancarai Radit salah satu pengunjung setia dari *Intro Jazz Bistro & Café*. Melalui wawancara tersebut penulis mendapatkan pandangan alasan mereka memilih *Intro Jazz Bistro & Café* sebagai tempat mereka menikmati makanan dan minuman.. Hal tersebut karena *Intro Jazz Bistro & Café* merupakan *café* yang menghadirkan *jazz style* secara langsung yang jarang mereka temui di *café* lainnya yang berkonsep musik *jazz*. selain itu dalam *Intro Jazz Bistro & Café* pengunjung pun bebas untuk melakukan *jamming* dengan musisi yang tampil sehingga menjalin kedekatan. Menurut Radit, saat ini banyak *café* yang menyuguhkan musik *jazz* namun hanya nuansanya saja. Sehingga membuat pandangan masyarakat mengenai *jazz café* hanya seperti *café*

yang menghadirkan nuansa *jazz* nya saja. Mereka pun juga dapat menikmati hidangan yang terdapat di *Intro Jazz Bistro & Café* dengan alunan musik *jazz* secara langsung sehingga menambah kenikmatan saat menyantapnya. Selain itu hidangan yang di sajikan di *Intro Jazz Bistro & Café* termasuk enak untuk dinikmati.



Gambar 3. 4 Wawancara dengan pengunjung

Penulis juga mewawancarai beberapa target sasaran yang berdomisili di daerah BSD untuk mencari tahu tentang pengetahuan mereka tentang *Intro Jazz Bistro & Café*. Namun diketahui bahwa mereka mengetahui keberadaan mengenai kafe tersebut, tapi mereka belum mengetahui bahwa *Intro Jazz Bistro & Café* memiliki keunggulan *live performance the jazz style*. Mereka beranggapan *Intro Jazz Bistro & Café* sama seperti kafe pada umumnya yang hanya menghadirkan *jazz* secara nuansanya saja.

3.2.1.5. Kesimpulan Wawancara

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan musisi, pengunjung *manager* serta pemilik *Intro Jazz Bistro & Café*, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Intro Jazz Bistro & Café* merupakan *café* yang berkonsep *jazz* yang sudah tercermin dari namanya, serta menyuguhkan *jam session* dan *jazz live music* dengan *jazz style* berbeda sehingga pengunjung dapat menikmati *jazz live music* dengan sajian hidangan istimewa dari *Intro Jazz Bistro & Cafe*.

Karena pada dasarnya musik *jazz* merupakan musik yang dinikmati secara langsung. Selain itu alasan dari pengunjung menikmati langsung musik *jazz* adalah karena musik *jazz* merupakan musik yang biasanya dimainkan dengan spontan. Dengan menyaksikan musik *jazz* secara langsung dapat mengetahui secara langsung pesan yang disampaikan oleh musisi *jazz* tersebut dan mengetahui keunikan yang ada di *jazz*. Selain itu setiap musisi yang tampil selalu memainkan alunan yang berbeda saat tampil walaupun dengan lagu yang sama. Karena *jazz* merupakan suatu aliran musik yang memiliki rasa tinggi didalamnya Ditambah dengan hidangan yang telah di sajikan oleh *Intro Jazz Bistro & Café* sehingga pengunjung dapat merasa lebih nikmat menikmati hidangan tersebut. Menurut narasumber penulis pada saat ini menikmati makanan di *café* dengan musik merupakan suatu yang digemari oleh targer sasaran dari peancangan promosi ini.

Selain itu menurut para target sasaran yang telah penulis wawancarai, persepsi mereka terhadap *café* mengarah ke makanan dan minuman. Hal tersebut dikarenakan makanan dan minuman merupakan suatu unsur yang selalu ada dan sangat berhubungan dengan *café*. Selain itu pandangan mereka terhadap *jazz* ialah

sebuah musik dengan cita rasa yang tinggi, kemudian menurut mereka hal yang mereka ketahui mengenai musik *jazz* ialah musik *jazz* sangat erat kaitannya dengan instrumen-instrumen dari musik *jazz* itu sendiri.

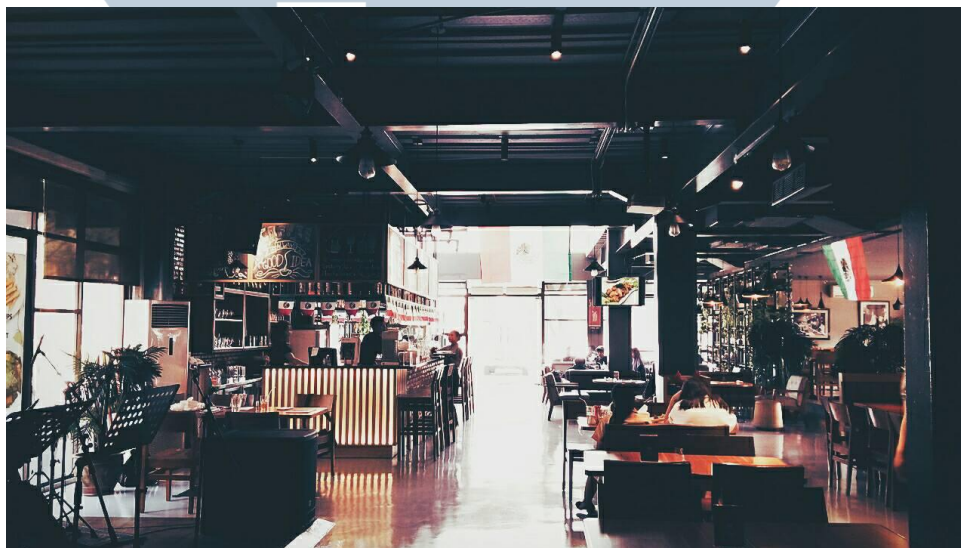
Intro Jazz Bistro & Café juga telah melakukan promosi dengan brosur, flyer, poster, serta telah menggunakan media sosial dalam promosinya, namun masih banyak masyarakat bahkan para penikmat musik belum mengetahui keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café*. Melihat dari masalah tersebut, kebutuhan promosi diperlukan oleh *Intro Jazz Bistro & Café*.

3.2.2. Observasi

Penulis melakukan pengamatan secara langsung ke *Intro Jazz Bistro & Café* pada tanggal 11 September 2018 dan pada tanggal 28 September 2018. Dalam hal ini penulis berperan sebagai pengunjung untuk melihat aktivitas dan melakukan interaksi dengan beberapa pegawai dari *café* tersebut. Saat memasuki *café* tersebut, penulis mendapatkan layanan yang ramah dari setiap pegawai *Intro Jazz Bistro & Café*. Selain itu terdapat beberapa alat musik dilengkapi dengan *sound system* yang memadai serta kelengkapan dari alat musiknya dan didukung oleh panggung yang berdekatan dengan audiens. Penulis juga memperhatikan setiap detail dari dalam *café* tersebut dengan area yang luas dan terbilang sangat bersih disertai dengan suasana nyaman. Selain itu penulis juga menemukan beberapa lukisan dengan nuansa *jazz*. Penulis juga melakukan observasi dari luar *Intro Jazz Bistro & Café*, ditemui terdapat beberapa tempat makan yang sudah sangat di kenal oleh masyarakat seperti Lembur Puring, Mc Donald yang membuat *Intro Jazz Bistro & Café* diketahui oleh masyarakat.

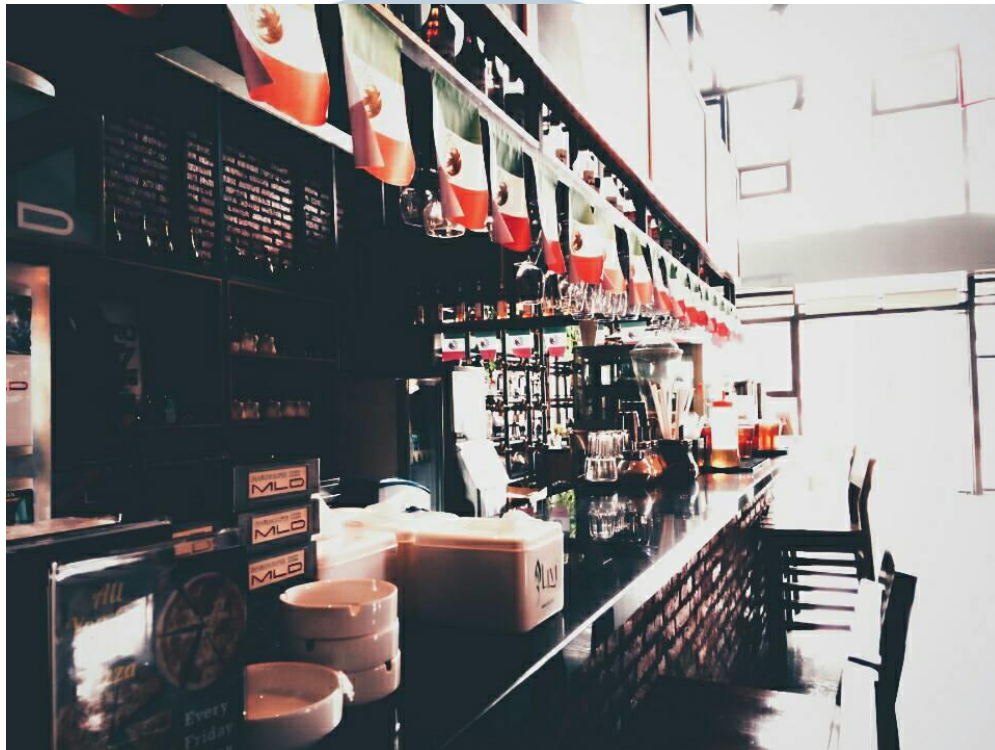


Gambar 3. 5 Bar Intro Jazz Bistro & Café



Gambar 3. 6 Interior Intro Jazz Bistro & Cafe

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 7 Bar Intro Jazz Bistro & Café 2



Gambar 3. 8 Panggung Intro Jazz Bistro & Café

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 9 *Jam Session* antara musisi dengan pengunjung

Selain itu penulis juga melakukan observasi secara langsung dengan melihat media sosial Instagram dari *Intro Jazz Bistro & Café*, diketahui salah satu penyebab dari masyarakat yang belum mengetahui dari keunggulan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café* dikarenakan keunggulan yang dimilikinya belum tersampaikan secara jelas dan promosi yang dilakukan masih sama seperti *bistro & café* lainnya sehingga masyarakat belum mengetahui keunggulan dari *Intro Jazz Bistro & Café* dan hanya mengetahui jika *Intro Jazz Bistro & Café* sama seperti *café* dan *bistro* pada umumnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 10 Instagram Intro Jazz Bistro & Cafe

3.2.2.1. Menu Makanan dan Minuman *Intro Jazz Bistro & Café*

Table 3.1 Menu Makanan dan Minuman *Intro Jazz Bistro & Cafe*

No	Makanan / Minuman	Harga
	Espresso / Piccolo	30 k
	Black / Cappucino/ Latte	35 k
	Affogato/ Mochacino	40 k
	V 60/ French Press/ Vietnam Drip/ Syphon	40 k
	Fresh Juice	40 k
	Smoothies	40 k
	Organic Tea	35 k

	Cocktails	100 k
	Mocktails	40 k
	Beer	35 k
	Milkshakes	45 k
	Carbonara	65k
	Bolognaise	70 k
	Agllo Olio	65 k
	Chilli Prawn	85 k
	Nachos	40 k
	Spring Role	40 k
	Chicken Wings	40 k
	Crispy Chicken Skin	40 k
	Salad	40 k
	Pizza	65 k
	Fatman Burger	185 k
	Burger	80 k
	Caper Sauce Salmon	100 k

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar. 3. 11 Menu *Intro Jazz Bistro & Café*
(sumber: *Instagram Intro Jazz Bistro & Café*)

3.2.2.2. Kesimpulan Observasi

Kesimpulan dari observasi yang dilakukan oleh penulis dapat ditarik kesimpulan, bahwa *Intro Jazz Bistro & Café* berpotensi untuk dipromosikan karena *Intro Jazz Bistro & Café* memiliki beberapa elemen pendukung, salah satunya adalah dengan penataan panggung yang bedekatan dengan audiens serta kelengkapan dari elemen pendukung lainnya seperti alat musik yang terbilang lengkap, serta *sound system* yang memadai dapat mendukung musisi yang tampil. Area yang luas disertai dengan suasana nyaman dari *Intro Jazz Bistro & Café* juga menjadi

alasan untuk para pecinta dan penikmat musik *jazz* dapat menikmati alunan musik *jazz* di *Intro Jazz Bistro & Café* dengan sajian hidangan dari *café* tersebut. Namun setelah melalui pengamatan yang penulis lakukan dari lingkungan sekitar *café* tersebut, penulis melihat salah satu penyebab *Intro Jazz Bistro & Café* kurang diketahui oleh masyarakat salah satunya karena terdapat beberapa tempat makan lainnya dan juga promosi yang dilakukan oleh *Intro Jazz Bistro & Café* tidak menyampaikan keunggulannya yang membuat kurang disadari keberadaannya sehingga menjadi kurang ketahuan oleh masyarakat bahkan pengunjung sekalipun. Maka dari hasil observasi yang telah penulis lakukan, penulis akan merancang promosi yang bertujuan untuk memaksimalkan potensi dan keunggulan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café*.

3.2.3. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting secara langsung dan tidak langsung, penulis membandingkan *Intro Jazz Bistro & Café* dengan beberapa pesaing langsung maupun tidak langsung, seperti *Red Door Café* dan *B'Steak Grill & Pancake*. Penulis memilih kafe-kafe tersebut dikarenakan kafe tersebut memiliki beberapa persamaan dengan *Intro Jazz Bistro & Café* salah satunya memiliki kesamaan dengan menyuguhkan musik *jazz* didalamnya. Studi eksisting ini dilakukan oleh penulis dengan berkunjung ke *café* tersebut. Dalam studi eksisting ini diharapkan dapat membantu penulis untuk mengetahui kekurangan yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café*.

3.2.3.1. Hasil Studi Eksisting

Dalam studi eksisting tersebut penulis membandingkan suasana serta konsep yang ditawarkan oleh *Red Door Café* dan *B'Steak Grill & Pancake* yang berada di daerah Gading Serpong. Kedua *café* tersebut sama-sama menyuguhkan musik *jazz*. Namun kedua *café* tersebut menghadirkan musik *jazz* dengan cara yang berbeda.

Selama penulis melakukan studi eksisting di *Red Door Café*, melihat bahwa *café* tersebut memiliki ciri khas dengan suasananya. Terutama dengan tempat untuk bermain musiknya yang berkonsep berdekatan dengan pengunjung. Namun *Red Door Café* yang hanya sekedar menghadirkan *jazz* secara nuansanya saja dan kelengkapan bagi musisi yang tampil belum memadai disertai tempat yang tidak terlalu luas. Promosi yang dilakukan oleh *Red Door Café* melalui brosur, flyer, poster dan lebih berfokus kepada makanan dan minumannya saja. Pengunjung yang datang hanya berfokus kepada suasana *café* tidak terlalu terfokus terhadap musik yang disuguhkan. *Red Door Café* menjadi tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat sekitar gading serpong dikarenakan tempatnya yang nyaman serta promosi yang dilakukan sesuai.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 12 Instagram *Red Door Café*

Selain itu penulis juga melakukan studi eksisting di *B'Steak Grill & Pancake*. Penulis melihat *B'Steak Grill & Pancake* memiliki area yang luas juga terdapat kelengkapan dari alat musik bagi musisi yang mengisi di *café* tersebut. Tetapi sama halnya dengan *Red Door Café* yang hanya menyuguhkan nuansa *jazz* nya saja. Namun pengunjung dari *B'Steak Grill & Pancake* dan *Red Door Café* terbilang cukup banyak karena promosi yang telah dilakukan sudah sesuai.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 13 Instagram *Red Door Café*

3.2.3.2. Kesimpulan Studi Eksisting

Melalui studi eksisting yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Red Door Café* dan *B'Steak Grill & Pancake* merupakan *café* yang menyuguhkan musik *jazz* di dalamnya, namun jarang ditemui menghadirkan alunan musik *jazz* secara langsung. Hal tersebut mendukung pernyataan dari Pak Ivan Tanuwijaya selaku pemilik *Intro Jazz Bistro & Café* masih sulit menemukan tempat yang dapat menikmati makanan serta minuman dengan alunan musik *jazz* yang dihadirkan secara langsung. Namun pengunjung dari *café* tersebut terbilang ramai karena kedua *bistro* dan *café* tersebut sudah melakukan promosi dengan baik.

3.2.4. Kuisisioner

Dalam pengumpulan data kuisisioner, penulis menggunakan formulir kuisisioner *online*. Responden dari kuisisioner yang telah disebar oleh penulis merupakan segmentasi dari perancangan promosi tersebut. Penulis telah mendapatkan 100 responden dari hasil kuisisioner tersebut yang berdomisili di daerah BSD, Alam Sutra, Gading Serpong, serta Bintaro dengan rentang usia 23 tahun sampai di atas 36 tahun. Dalam kuisisioner *online* yang telah disebar oleh penulis, penulis memberikan pertanyaan seputar kesukaan responden terhadap musik, pertimbangan responden dalam memilih *café*, hingga pengetahuan responden terhadap *Intro Jazz Bistro & Café*.

Dalam hal ini penulis menggunakan rumus slovin untuk mengetahui peluang yang terdapat dalam kuisisioner tersebut.

$$n = \frac{N}{1 + N \alpha^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

α = margin error

Gambar 3.13. Rumus Slovin

(sumber: aswandi.or.id)

N= 1.500.000

n= 100

$a = 10\%$

Jumlah yang diperoleh dari rumus slovin adalah 100

3.2.4.1. Hasil Kuisioner



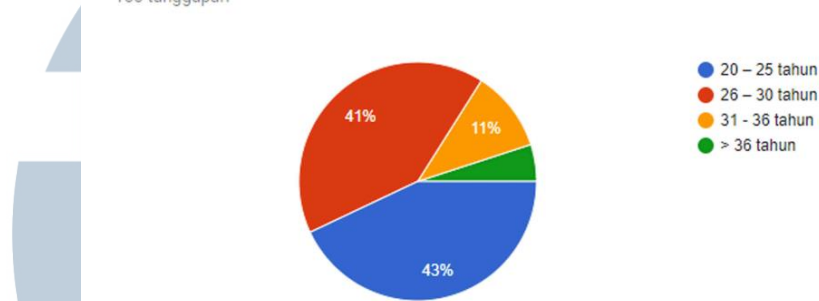
Gambar 3. 14 Kuisioner 1

Berdasarkan data diatas diperoleh responden kuisioner penulis 45% berdomisili di BSD. Dua puluh enam persen bertempat tinggal di gading sepong, dua puluh persen adalah masyarakat yang berdomisili didaerah Alam Sutera, dan hanya sembilan persen yang berdomisili didaerah Bintaro.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2. Berapakah usia anda?

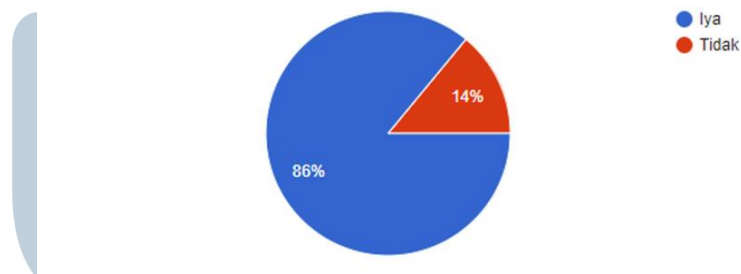
100 tanggapan



Gambar 3. 15 Kuisisioner 2

3. Apakah anda senang berkumpul/ menghabiskan waktu di café?

100 tanggapan



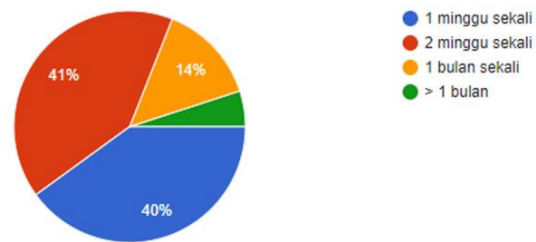
Gambar 3. 16 Kuisisioner 3

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Dari hasil lampiran diatas sebanyak 86% senang menghabiskan waktu di *café* dan rentang usia yang senang menghabiskan waktu di *café* antara 20 sampai 30 tahun sebanyak 43% dan 41%.

4. Seberapa sering anda berkunjung ke *café*?

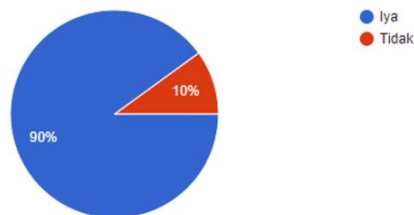
100 tanggapan



Gambar 3. 17 Kuisisioner 4

5. Apakah anda menyukai musik?

100 tanggapan

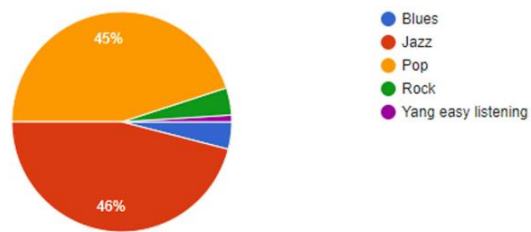


Gambar 3. 18 Kuisisioner 5

Menurut hasil lampiran di atas rata-rata responden berkunjung 1 sampai 2 minggu sekali dan mayoritas menyukai musik.

6. Genre musik apa yang anda sukai?

100 tanggapan

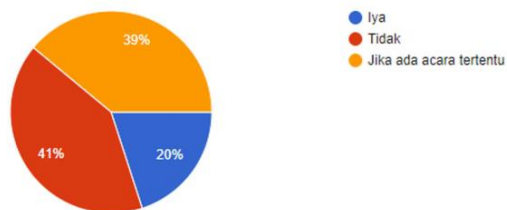


Gambar 3. 19 Kuisioner 6

Kebanyakan responden menyukai musik pop dan *jazz*.

7. Apakah café yang anda kunjungi ada live music untuk pengunjungnya?

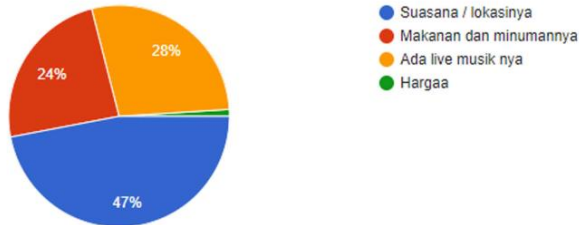
100 tanggapan



Gambar 3. 20 Kuisioner 7

8. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih Café untuk anda kunjungi?

100 tanggapan

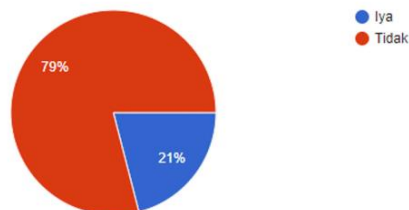


Gambar 3. 21 Kuisisioner 8

Pertimbangan responden dalam memilih *café* adalah lokasi dan suasananya. Serta *café* yang biasa mereka kunjungi 41% tidak ada live musiknya, dan 39% terdapat *live music* jika ada acara tertentu.

9. Apakah anda mengetahui / pernah berkunjung ke Intro Jazz Bistro & Café?

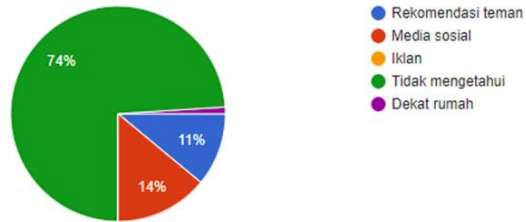
100 tanggapan



Gambar 3. 22 Kuisisioner 9

10. Jika pernah: darimana anda mengetahui Intro Jazz Bistro & Café?

100 tanggapan



Gambar 3. 23. Kuisioner 10

Melalui data tersebut masih banyak responden yang belum pernah berkunjung bahkan belum mengetahui *Intro Jazz Bistro & Café*.

3.2.4.2. Kesimpulan Kuisioner

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa responden dari kuisioner ini mayoritas berusia 20 tahun hingga 25 tahun. Diketahui bahwa responden tersebut terbilang cukup sering berkunjung ke *café*. Selain itu dari hasil pencarian data penulis mengenai minat responden terhadap musik jazz, ditemukan lebih dari 40% responden menyukai musik tersebut. Namun lebih dari 70% dari para responden belum mengetahui tentang *Intro Jazz Bistro & Café*.

3.3. SWOT

Dalam perancangan promosi *Intro Jazz Bistro & Café* penulis menggunakan metode analisa SWOT. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh *Intro Jazz Bistro & Café* dari hasil data yang diperoleh penulis. Berikut ini hasil dari analisa SWOT *Intro Jazz Bistro & Café* melalui data tersebut:

1. *Strength* (kekuatan/ kelebihan)

- *Intro Jazz Bistro & Café* merupakan *café* yang menghadirkan *live performance the jazz style*.
- Terdapat program *jazz live music* disetiap minggunya.
- Dalam *Intro Jazz Bistro & Café* terdapat *jam session*.
- Memiliki kelengkapan alat musik serta *sound system* bagi musisi yang tampil.
- Lokasinya yang strategis.
- Terdapat kelebihan lainnya yang ditawarkan selain musik *jazz*.

2. *Weekness* (kelemahan)

- Masih banyak pengunjung yang belum mengetahui kelebihan dari *Intro Jazz Bistro & Café*.
- Berdekatan dengan tempat makan lainnya.
- Promosi yang dilakukan belum tepat.
- *Jazz live musik* serta *jam session* hanya diadakan setiap seminggu sekali.

3. Opportunity (peluang)

- Intro Jazz Bistro & Café menjadi *cafe* yang menghadirkan *live performance the jazz style*
- Menjadi peluang bagi pengunjung untuk menikmati makanan dan minuman dengan menyaksikan alunan *jazz style* secara langsung.
- Menjadi tempat mengolah rasa serta kemampuan dengan adanya *jam session*.

4. Threat (ancaman)

- Terdapat *café* yang menyebut dirinya sebagai *jazz café*, yang sebenarnya belum tentu *café* tersebut hadirkan *jazz* yang sebenarnya.
- Masyarakat menganggap Intro Jazz Bistro & Cafe sama dengan *café* pada umumnya.

3.4. STP

1. Segmenting

- Demografis : Usia 23 s/d 27 tahun, Ses B s/d Ses A
- Geografis : BSD, Alam Sutera, Gading Serpong, Bintaro
- Psikografis : Targetnya ialah masyarakat yang senang menikmati makanan dan minuman di *cafe*, serta penikmat musik *jazz* yang ingin menyaksikan alunan musik *jazz* disertai dengan menikmati hidangan istimewa.

2. Targeting

- Masyarakat dengan usia 23 sampai 27 tahun yang suka menikmati makanan dan minuman di *café*.

3. Positioning

- *Intro Jazz Bistro & Café* sebagai *café & bistro* yang mengusung konsep *jazz* di daerah BSD, namun tidak hanya nuansanya saja. Sehingga sebagai tempat bagi para pengunjung untuk dapat menyaksikan alunan berbagai aliran musik *jazz* yang dimainkan secara langsung oleh musisi *jazz* yang tampil dengan menikmati makanan dan minuman yang ada di *Intro Jazz Bistro & Café* sehingga makanan dan minuman yang dinikmati akan terasa lebih nikmat.

3.5. Metodologi Perancangan

Menurut Landa (2010) terdapat enam tahapan dalam merancang suatu iklan yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, implementation* (hlm. 14).

3.5.1. Overview

Menentukan definisi iklan yang akan disampaikan dengan serta menentukan audiens yang akan dituju, menganalisa kompetitor lainnya sehingga iklan yang akan disampaikan akan sesuai dengan perencanaan.

3.5.2. Strategy

Setelah menganalisa audiens serta kompetitor, selanjutnya menentukan strategi konsep beriklan yang menyatukan semua konsep visual serta konsep komunikasi. Kemudian mempertimbangkan posisi dari produk yang akan diiklan kan dengan pasar yang akan di tuju sehingga mencapai diferensiasi, relevansi, dan resonansi.

3.5.3. Ideas

Melalui ide pesan yang akan disampaikan melalui iklan kepada audiens akan lebih bermakna yang di terjemahkan melalui visual. Dalam menentukan ide akan melalui tahapan analisa, interpretasi, penyimpulan, serta pemikiran yang kreatif. Tidak hanya desain visual, ide yang bermakna dapat menarik perhatian dari audiens.

3.5.4. Design

Setelah menentukan ide, kemudian hasil dari temuan tersebut direalisasikan melalui desain dengan beberapa tahapan yaitu: *thumbnail sketch*, *roughs*, *compehensives*.

3.5.5. Production

Dalam memproduksi iklan terdapat beberapa cara dengan menentukan media yang akan digunakan, seperti : media cetak, media berbayar, media dengan teknologi.

3.5.6. Implementation

Tahapan ini merupakan hasil dari perwujudan proses sebelumnya. Dengan cara mengwujudkan hasil desain yang dibuat untuk disajikan kepada masyarakat luas, agar masyarakat dapat menikmati hasil akhir desain yang telah dirancang.

3.6. Promosi Terdahulu Intro Jazz Bistro & Café

Sebelumnya *Intro Jazz Bistro & Café* melakukan promosi dengan menggunakan media sosial yaitu Instagram. Namun menurut target sasaran yang telah penulis wawancarai, promosi dari *Intro Jazz Bistro & Café* kurang menarik. Sehingga

target audiens tersebut hanya mengetahui *Intro Jazz Bistro & Café* sama seperti *café & bistro* yang hanya menghadirkan nuansa *jazz*.



Gambar 3. 21 Promosi Terdahulu

3.7. Refrensi Iklan

Berikut ini merupakan contoh iklan dari poduk *wine*, *Burger King*, *Nescafe*, dan *event jazz*. iklan-iklan tersebut menggunakan tehnik manipulasi *digital*. Selain menggunakan tehnik manipulasi *digital*, iklan-iklan tersebut juga menggunakan perumpamaan dalam menyampaikan pesan.



Gambar 3. 22 Refrensi iklan
(Sumber: www.pinterest.com)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA